



ABN AMRO Foundation

20 jaar medewerkersvrijwilligerswerk

Inge Postma

Even voorstellen.....



1. Friese roots nu al 30 jaar Utrecht, van huis uit geleerd om naar anderen om te kijken
2. Achtergrond in Retail Banking, Operations, HR
3. Vanuit HR (o.a. Talent Development) overstap gemaakt)

“Door je maatschappelijk in te zetten, ontdek je veel over jezelf (je vooroordelen, je sociale skills en je eigen energiebronnen)”

Ontstaan van ABN AMRO Foundation

- 20 jaar geleden: aanhaking op nieuwe corporate values..... Caring!
- Dichtbij medewerkers, medewerkers konden een donatie aanvragen
- Gekozen om maatschappelijke betrokkenheid vorm te geven via een zelfstandige stichting, met ANBI status
- Al snel in CAO- vrijwilligersverlof (1 werkweek)
- Met name gericht op medewerkerswaarde, veel mensen deden mee!

Fusie Fortis Bank en ABN AMRO Bank

- Na fusie Fortis ABN AMRO meer focus op interne doelstellingen
- Opdracht; verbinden van beide 'bloedgroepen' in de nieuwe organisatie, via het organiseren van maatschappelijke teamactiviteiten.
- Hoge participatiegraad
- Focus op betrekken zoveel mogelijk medewerkers
- Rol als een soort vrijwilligerscentrale/maatschappelijk evenementenburo

Vanaf 2015

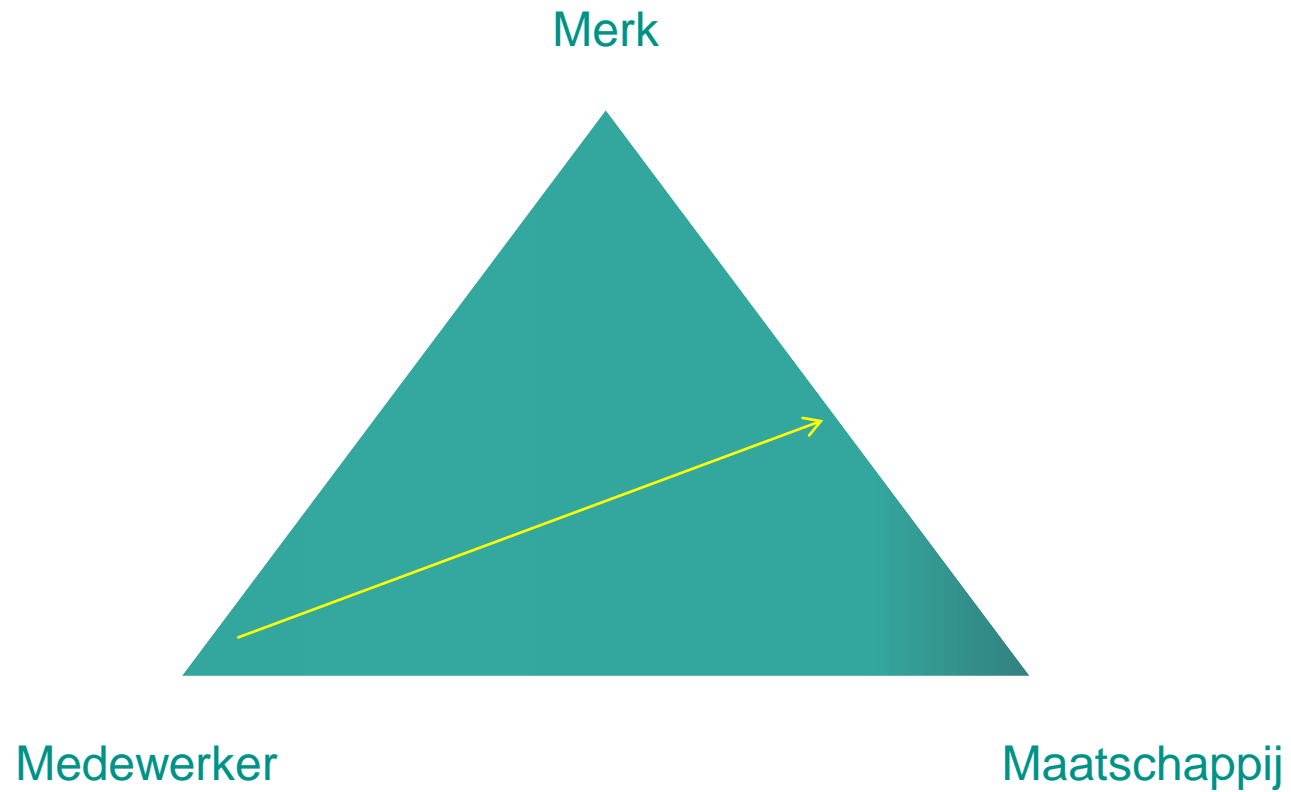
- Na 2015; meer focus op impact. Wat willen we bereiken via ons medewerkersvrijwilligerswerk?
- Niet meer 'alles mag'!
- Samenwerking met sponsoring. Wat past bij ons als ABN AMRO?
- Vanaf 2018 focus op maatschappelijke impact: Vergroten Kansengelijkheid van kinderen!
- Focus niet meer alleen op aantallen medewerkers, maar op het bereiken van zo groot mogelijke doelgroep met zoveel mogelijk social impact
- Met 6500 vrijwilligers bereikten we in 2019 ongeveer 15.000 kinderen
- Van maatschappelijke evenementenburo naar impactmakers!

Banking for Better Days

Purpose van ABN AMRO: Banking for better, for generations to come!

Iedere medewerker heeft een werkweek per jaar tot zijn beschikking om te besteden aan eigen ontwikkeling of aan maatschappelijke inzet.

Waardendriehoek; verschuiving in 20 jaar Foundation



Hoe doen we dat dan? Basis van hoge participatiegraad

1. Met een team van 8 FTE
2. Via ontelbaar veel fans onder de medewerkers (ambassadeurs)
3. Een betrokken bestuur
4. Samenwerking zoeken met de juiste maatschappelijke partners
5. Support van onze CEO
6. Communicatie (zowel voor werving, als delen verhalen in- en extern)
7. Lange adem..... Corporate missionaris!

Maatschappelijke partners



JEUGD
EDUCATIE
FONDS

ontwikkeling voor alle kinderen



Maatje op Afstand (online leesmaatjes)



Wat doen we zoal?



Stadionspelen....



En hier doen we het voor.....



Welke maatschappelijke impact?



Capaciteitsontwikkeling

Het kind heeft iets nieuws leren doen, kan meer en past dit ook toe.



Kennisvergroting

Het kind heeft iets nieuws leren kennen en weet meer.



Horizonverbreding

Het kind heeft iets nieuws ervaren.



Toename zelfvertrouwen

Het kind gelooft meer in zichzelf en zijn eigen mogelijkheden.



Toename zelfinzicht

Het kind heeft meer zicht op wat hij kan en leuk vindt.



Ontwikkeling sociale vaardigheden

Het kind kan beter omgaan met bekenden, vreemden en regels in een andere omgeving.



Terugkerende dilemma's

1. Hoe dicht bij je moederbedrijf?
2. Focus op betrekken zoveel mogelijk medewerkers vs creëren van social impact
3. Hoe meet je de social impact?
4. Communiceer je wel of niet extern over wat je doet?